

FÓRUM NACIONAL DE PROFESSORES DE JORNALISMO (FNPJ)
XII ENCONTRO NACIONAL DE PROFESSORES DE JORNALISMO
VIII CICLO NACIONAL DE PESQUISA EM ENSINO DE JORNALISMO
MODALIDADE DO TRABALHO: Comunicação Científica
GRUPO DE PESQUISA: Produção Laboratorial – Eletrônicos

Pela formação de “jornalistas 2.0”: relato de projeto acadêmico com blogs, Twitter e podcasts

Carlos Frederico de B. d'Andréa¹
carlosdand@gmail.com

Resumo: Este artigo apresenta e problematiza um projeto acadêmico desenvolvido com alunos do curso de Jornalismo da Universidade Federal de Viçosa (UFV). Cada grupo de alunos foi responsável pela concepção e atualização de um weblog sobre um tema à sua escolha, além de um canal no serviço de microblog Twitter e de um podcast. Além de adequar os processos jornalísticos tradicionais (pauta, apuração, redação, edição) às especificidades do webjornalismo (e, especificamente, dos blogs), procurou-se desenvolver habilidades específicas do trabalho jornalístico na internet, como uma ênfase em gestão de conteúdo, relacionamento com o público e análise de estatísticas de acesso. Após uma discussão conceitual sobre as novas demandas no atual contexto de atuação profissional do jornalista e as possibilidades para o ensino na área, são detalhadas e discutidas as atividades desenvolvidas ao longo de um semestre letivo.

Palavras-chave: Webjornalismo. Blog. Microblog. Podcast.

¹ Carlos Frederico de Brito d'Andréa é jornalista, especialista em Gestão Estratégica da Informação e mestre em Ciência da Informação pela ECI/UFMG. Atualmente cursa doutorado em Estudos Linguísticos no PosLin/UFMG, onde estuda produção colaborativa de textos na Wikipédia. É professor do curso de Jornalismo da Universidade Federal de Viçosa. Weblog: novasm.blogspot.com

Introdução: o jornalismo (e a educação) “em rede”

O ensino do webjornalismo nas graduações da área de jornalismo pode ser considerado um desafio tão grande (ou maior) que a própria atividade profissional voltada para o ambiente hipertextual da World Wide Web. Os desafios devem-se, entre outros fatores, ao alto grau de inovação que caracteriza o campo e à necessidade de compreensão e aplicação de saberes e recursos tradicionalmente alheios à prática jornalística, como linguagens de marcação e programação, relacionamento com o público ou relatórios estatísticos.

Nesse contexto, procuramos apresentar neste artigo uma experiência acadêmica desenvolvida ao longo de um semestre letivo e que procurou aliar a aprendizagem técnica esperada de um jornalista às compreensões conceituais e estratégias associadas à prática profissional no ambiente online. Trata-se de uma atividade transcorrida ao longo do segundo semestre de 2008 durante a disciplina Preparação e Revisão de Originais (Multimídia)², ministrada para 42 alunos do 6º período do curso de jornalismo da Universidade Federal de Viçosa, em Minas Gerais.

Os objetivos principais propostos da disciplina foram compreender e aplicar as especificidades do webjornalismo a partir das características da chamada web 2.0, caracterizada pela participação, em maior ou menor grau, do público na elaboração e edição dos conteúdos. Para tal, elaboramos uma atividade de longo prazo que permitisse aos alunos conhecer ferramentas relevantes para o trabalho jornalístico na web (especificamente blogs, microblogs e podcasts) e, a partir de temas de seu interesse, aplicasse-as a um projeto inteiramente concebido e executado por cada grupo.

Procuramos, através do trabalho aqui relatado, inserir os estudantes de jornalismo no centro de um dos debates mais relevantes hoje sobre o futuro da profissão. Mais do que um produtor ou “publicador” de informações,

² Esta disciplina equivale a Jornalismo On-line I, se usarmos uma das terminologias mais comuns nos cursos de graduação. O nome peculiar deve-se a uma adaptação da grade curricular do curso, que deverá, em 2009, ser reformulada e os nomes das disciplinas, alterados.

acreditamos, o profissional da notícia tem hoje o desafio de ser um gestor de conteúdos jornalísticos, função que vai da concepção de produtos editoriais relevantes e diferenciados num dado contexto à avaliação permanente dos resultados obtidos, reelaborando estratégias de relacionamento e produção. Trabalhando em rede e com contanto constante com o público, aproxima-se cada vez mais de um “jornalismo 2.0” (Briggs, 2007).

Gamela (2008), inspirado por outras reflexões, relacionou dez “novas exigências impostas pela profissão” a partir das mudanças sociais alavancadas pelas novas tecnologias. Destacamos cinco exigências:

- “Um jornalista é o seu próprio editor”;
- “Um jornalista é uma marca” (...) “É fundamental ter uma atitude empreendedora, e saber destacar a sua individualidade”;
- “Um jornalista tem que estar em rede” (...) “Uma rede profissional bem montada aumenta o reconhecimento do trabalho e facilita a obtenção de fontes e ajuda”.
- “Um jornalista é um arqueólogo de informação” (...) “Faz parte do novo papel dos jornalistas seleccionar, cruzar e usar outras fontes- mesmo da concorrência de épocas diferentes, em simultâneo e no imediato para explicar a evolução ou o enquadramento de uma história”.
- “Um jornalista é um moderador” (...) “faz parte das novas funções do jornalista alimentar, recolher e filtrar o diálogo que agora existe com os utilizadores, e incorporá-lo no resultado final”.

Estas novas atribuições não significam o apagamento de outras tradicionalmente associadas aos jornalistas. Além das dez novas exigências, Gamela (2008) listou as “5 coisas que não mudaram” na atividade profissional do jornalista, entre as quais destacamos “o jornalista é um profissional especializado na recolha, tratamento, criação e gestão de informação”. Na mesma linha, afirma Gradim (2007, p.83):

“recolher, coligir, analisar, editar informação geral de interesse público e apresentá-la sob a forma de notícia, pese embora a fabulosa diversidade de meios ao dispor do jornalista, e o poder de pesquisa e análise que estes conferem, continua basicamente, do meu ponto de vista, a ser o mesmo”.

As dificuldades de adaptação dos jornalistas às novas exigências técnicas e conceituais da profissão ficam claras, por exemplo, no modo com se apropriam dos blogs. Borges (2006) analisou um crescente uso da ferramenta por jornalistas profissionais, muitas vezes sem uma razão clara para explorá-la ou uma orientação técnica adequada. Em tom provocativo, listou os motivos pelos quais blogs de jornalistas - uma “grande maioria que está blogando por obrigação, quase se arrastando” – não funcionam:

- “Jornalistas não lêem blogs;
- Jornalistas não sabem linicar;
- Jornalistas não estão acostumados a ter leitores;
- Jornalistas não estão acostumados a ter resposta;
- Jornalistas são interesseiros e, não, desprendidos”.

Neste contexto, acreditamos que os projetos acadêmicos baseados em blogs possibilitam aos professores e alunos um contato direto com o novo contexto de atuação profissional. Ribas (2007) afirma que “os blogs podem ser o início de um ensino (de jornalismo) voltado realmente para as especificidades do meio (internet)”, entre as quais destaca a “pesquisa em base de dados digitais, da produção de texto com áudio, vídeo, fotografias e até infografias” e a “autonomia na publicação, a descentralização da produção e o trabalho colaborativo” (p.171).

Já Christofolletti (2009) reflete sobre os impactos dos blogs em contexto atual educacional, que visa desenvolver novas competências e habilidades entre os futuros jornalistas, como a “versatilidade, autonomia, disciplina, capacidade de execução simultânea de muitas tarefas, entre outras” (p.191). O autor aponta ainda que “os blogs permitem o estabelecimento de uma outra relação de professores e alunos, mais aberta, mais fluida, próxima e horizontalizada”.

É a partir desse cenário profissional e educacional que situamos a atividade acadêmica descrita a seguir.

Blogs como projeto editorial

A ferramenta escolhida para iniciar o trabalho foi um blog³, que possui algumas características técnicas marcantes, como a publicação fragmentada em blocos de conteúdo (posts) e exibição em ordem cronológica (a última postagem está sempre em destaque). Inicialmente associado a publicação de “diários virtuais” por adolescentes e jovens, a ferramenta blog está cada vez mais presente no cotidiano dos jornalistas, como fonte de informação ou ferramenta de publicação, tendo sido inclusive incorporada por quase todas as grandes empresas de mídia com atuação na internet (QUADROS, VIEIRA e ROSA, 2005; CUNHA, 2006).

Trata-se de uma ferramenta de fácil manuseio, o que chega a decepcionar os alunos ávidos por grandes aprendizagens de ordem técnica. O desafio, no entanto, não é *criar* um blog, mas sim *mantê-lo* ativo e progressivamente relevante a longo prazo (ou, ao menos, durante um período determinado de tempo). Não basta publicar conteúdos: o “sucesso” de um blog depende do “relacionamento” estabelecido com várias outras publicações digitais, através de citações em links, comentários, blogroll etc (além, é claro, da capacidade de publicar com certa regularidade conteúdos relevantes para um público a ser fidelizado).

Desde o primeiro mês de aula, os alunos foram incentivados a acompanhar blogs populares em português, especialmente aqueles que procuram trabalhar as especificidades das ferramentas, como o uso de links externos para construir uma narrativa hipertextual a partir do texto base do jornalista.

Neste período de “aclimatação”, o recurso do RSS⁴ foi fundamental para que os alunos não só acompanhassem blogs e sites de seu interesse, mas também que compreendessem com a web flexibiliza modelos (no caso, de distribuição)

³ Por aliar a facilidade técnica de manuseio e a possibilidade de incorporação de recursos adicionais (widgets), a ferramenta Blogger (www.blogger.com) foi escolhida para hospedagem dos projetos.

⁴ RSS significa Really Simple Syndication e é um recurso técnico baseado na linguagem XML que permite que o conteúdo seja exibido fora do site em que foi publicado originalmente. A maioria dos blogs (Blogger, inclusive) possui um canal de RSS.

tradicionalmente usados pelos veículos informativos. Foram apresentados à turma os sites de agregação de conteúdo, em especial o Netvibes ([www.netvibes](http://www.netvibes.com)), que permitem que um usuário monte uma página web personalizada com os canais de notícia (*feeds*) de seu interesse. Além de visitar, os alunos foram incentivados a comentar nos blogs de interesse, visando, em última instância, iniciar um relacionamento a ser aprofundado posteriormente através de seus blogs.

Cada grupo (de dois alunos, em média) escolheu, ao fim do primeiro mês, um tema de referência para o blog. Desde o início sugeriu-se que os temas escolhidos e sua abordagem fossem segmentados, evitando assuntos muito genéricos. Ao invés de “esportes”, por exemplo, seria mais adequado produzir sobre “futebol amador em Minas Gerais” ou “a prática esportiva na terceira idade”. Esta orientação baseia-se numa tendência, acelerada com a internet, de publicações voltadas para públicos específicos, geralmente pouco numerosos, mas interessados no assunto o suficiente para se tornarem leitores (e colaboradores) fiéis da publicação. Trata-se de uma das aplicações do fenômeno que Chris Anderson denominou “Cauda Longa” e que, conforme Schmitt & Fialho (2007), tem impactos diretos sobre o jornalismo. Como afirma Briggs (2007, p.12), “o blog se transformou numa grande ferramenta organizacional para os repórteres especializados”.

Sugeriu-se ainda que os alunos procurassem dar um foco *local* ao projeto do blog, o que facilitaria o processo de apuração de informações e tornaria mais concreto e viável o processo de relacionamento com o público alvo. Esta orientação foi inspirada no conceito de hiperlocalismo, caracterizado pela publicação de conteúdo de interesse local (cidades, bairros ou mesmo ruas) que não têm espaço de informação e debate nas mídias de massa (d’Andréa, 2008). Esta possibilidade parece-nos ainda mais promissora e necessária em uma cidade do interior muito pouco retratada pelos grandes veículos e mesmo por pelos de atuação regional.

Acreditamos que a orientação acima diferencia o trabalho em questão de vários outros realizados em disciplinas de cursos de jornalismo, que muitas vezes

optam pela criação de um único blog, que pode ser alimentado pelo professor e/ou pelos alunos com assuntos relativos às atividades em curso, resultando em na prática de um “meta-jornalismo” voltado para a própria turma. Ao incentivar a criação de blogs com temas escolhidos e aperfeiçoados pelos próprios alunos, acreditamos que estamos permitindo a pesquisa e produção de conteúdos de jornalismo especializado, facilitando o contato dos futuros jornalistas com um público externo, capaz de avaliar e colaborar com seu trabalho, e, em alguns casos, facilitando a aproximação deles com futuros empregadores ou parceiros.

Dos 23 blogs⁵ criados pela turma, alguns optaram pelo foco local, tratando de temas como a cidade de Santo Antônio do Grama⁶, do estado do Espírito Santo⁷ ou ainda do universo da dança em Viçosa⁸. Alguns alunos, ao produzir perfis de anônimos ou pessoas conhecidas da cidade de Viçosa, demonstraram forte influência das técnicas do chamado “jornalismo literário”⁹. Um “blog corporativo” divulgou o Coral da UFV¹⁰ e produções da música coral. Entre os demais temas estão o cinema rural no Brasil¹¹, a sexualidade no cinema¹², música¹³, futebol¹⁴, engenharia¹⁵, culinária¹⁶ e filosofia¹⁷.

Publicando e gerenciando um blog

Durante todo o semestre os alunos tiveram autonomia para publicar, a partir do projeto editorial discutido e aprovado anteriormente, os conteúdos em texto, foto e vídeo produzidos por eles. De acordo com a necessidade alguns grupos

⁵ A relação completa pode ser acessada na URL

http://www.netvibes.com/carlosdand#Feed_Blogs_da_turma_de_Multim%C3%ADdia_2008_2

⁶ Dizgrama (<http://dizgrama.blogspot.com/>)

⁷ A Panela de Barro (<http://apaneladebarro.blogspot.com/>)

⁸ 5, 6, 7 e 8 (<http://ballet5678.blogspot.com/>)

⁹ Só no 102 – Arte de morar sozinho (<http://artedemorarsozinho.blogspot.com>), Nem te conto S/A (<http://nemtecontosa.blogspot.com/>), 3 x 4 - Pequenos retratos (<http://pequenosretratos.blogspot.com/>) e Era uma vez... Alguém (<http://eraivezalguem.blogspot.com/>).

¹⁰ Coral da UFV (<http://coraldaufv.blogspot.com/>)

¹¹ Cinebrasileiral (<http://www.cinebrasileiral.blogspot.com/>),

¹² Sextessência (<http://sextessencia.blogspot.com/>),

¹³ Pras bandas de cá (<http://prasbandasdeca.blogspot.com/>), PergAMusic (www.pergamusic.blogspot.com), Na Vitrola (<http://na-vitrola.blogspot.com/>) e Lá de Fora (<http://ladefora.blogspot.com>)

¹⁴ Chuteira Salto 11 (<http://chuteirasalto11.blogspot.com/>)

¹⁵ TegEng (<http://tecenge.blogspot.com/>)

¹⁶ Vira e Mexe (<http://viramexe.blogspot.com/>)

¹⁷ Blogosofias (<http://blogosofias.blogspot.com/>),

deveriam procurar o professor para discutir pautas, mas normalmente o retorno era dado *a posteriori*, semanalmente, principalmente através da caixa de comentários de cada blog. Do mesmo modo, o estilo do texto foi determinado por cada grupo, de acordo com os interesses pessoais e abordagem desejada para o tema. Alguns optaram por textos opinativos, outros por conteúdos mais objetivos ou, como apresentamos acima, mais próximos do estilo literário.

Foi solicitada a publicação de dois ou três posts por semana, periodicidade que, ao mesmo tempo em que explora a flexibilidade dada pela internet (não é necessário publicar em horário ou dia pré-determinados), procura romper com a visão que associar o jornalismo na internet essencialmente à instantaneidade na publicação de informações. Não foi determinada uma hierarquia, como repórter e editor, entre os membros do grupo. Foi solicitado que todos tivessem acesso igual (total) aos recursos técnicos do blog e cada membro tivesse autonomia para publicar um texto associado a seu perfil de usuário.

Estas orientações procuram associar as condições possíveis de produção no contexto acadêmico com as verificadas cada vez mais nas publicações on-line, onde, por exemplo, muitas vezes não fica clara a divisão de tarefas entre profissionais tradicionalmente denominados como pauteiros, redatores, editores, copydesks etc. Como afirma Soster (2006, p.36), com a informatização das redações, a partir dos anos 1980,

“papéis até então usuais nas hierarquias das redações, caso do revisor e do subeditor, foram gradativamente extintos, ou fragilizados em sua importância, aumentando a responsabilidade dos repórteres sobre o resultado final das matérias”.

Foi permitido ainda que eventualmente os grupos utilizassem conteúdos produzidos por outras pessoas para complementar a discussão sobre um tema apurado pelos integrantes. A publicação de um vídeo de terceiros disponível no YouTube, através do recurso *embed* (que permite que um conteúdo seja publicado em outro site através da incorporação do código-fonte), não configura violação de direitos autorais e pode significar uma ampliação relevante da discussão sobre um tema.

Para além do blog: Twitter e podcasting

O blog não foi a única ferramenta utilizada pelos grupos. Considerando a característica “descentralizada” da internet, que possibilita que informações sejam distribuídas e acessadas em diferentes locais, discutiu-se a necessidade de criar novos canais de comunicação com o público-alvo. Duas novas ferramentas foram utilizadas para diversificar a abordagem do tema base de cada blog: o podcasting e microblog.

Segundo definição na Wikipédia, podcasting é “uma forma de publicação de arquivos de mídia digital (áudio, vídeo, foto, pps, etc...) pela Internet, através de um Feed RSS, (...) é possível o acompanhamento e/ou download automático do conteúdo de um Podcast” (PODCASTING, 2009). Os podcasts de áudio, produtos dessa forma de publicação, são arquivos no formato .mp3 que podem ser escutados a qualquer momento e em qualquer local (desde que se esteja conectado à internet ou com o arquivo salvo em um dispositivo adequado, como um mp3 player).

Essas especificidades são rupturas em relação ao modelo clássico de transmissão radiofônica, que são a grande referência quando o assunto é conteúdo jornalístico em áudio. Por isso, como afirma Vaisbih (2006), “o podcast força uma renovação na linguagem jornalística”, uma vez que sua forma de transmissão e recepção acontece em condições diferentes do modelo *broadcast* ou mesmo nas “rádios online” (streaming). Entre as características a serem exploradas, Vaisbih (2006, p.23) acredita que “o podcast precisa ir além, precisa apresentar análises, precisa apresentar análises e comentários (...)”.

Os grupos foram incentivados a produzir um “programa” de aproximadamente 5 minutos. Discutida a pauta em sala de aula, coube a cada grupo o processo de gravação, edição e publicação dos arquivos no formato .mp3. Na gravação foram usados telefones celulares, câmeras digitais ou mini-gravadores; alguns grupos optaram por gravar as “cabeças” no estúdio do Laboratório de Jornalismo. A edição do áudio foi feita pelos alunos, no laboratório ou em computadores pessoais, usando o software livre Audacity. Os arquivos dos podcasts foram

hospedados no servidor gratuito PodOmatic (<http://www.podomatic.com/>), que, após alguns testes, foi considerado o mais adequado para o trabalho. Após o *upload* dos arquivos, os podcasts foram publicados nas páginas dos blogs através do recurso *embed*, e tornaram-se o conteúdo-base de um post onde deveriam ser incluídas informações em texto que contextualizassem o conteúdo em áudio ali disponível.

Outra ferramenta utilizada no projeto foi o microblog Twitter (www.twitter.com), a mais popular ferramenta do gênero. Caracterizado pela limitação do tamanho do texto de cada *micropostagem* (140 caracteres), os microblogs ganharam um número expressivo de usuários durante o ano de 2008 e progressivamente têm sido apropriadas por veículos jornalísticos (ZAGO, 2008). Cada grupo de alunos criou uma conta no Twitter associada ao blog. Eles foram incentivados a não só divulgar as postagens publicadas nos blogs, mas também a produzir conteúdos específicos para este canal, por exemplo, divulgando fatos que, por falta de mais informações ou mesmo de tempo não seriam trabalhados em posts mais longos, ou ainda divulgando informações de “bastidores” sobre o trabalho da equipe do blog.

Alguns recursos técnicos do Twitter permitiram que os grupos explorassem habilidades jornalísticas adicionais à produção e publicação de conteúdos, conforme tendência discutida no início deste artigo. O forte caráter relacional da ferramenta está representado, por exemplo, na necessidade de um usuário *seguir* (*follow*) outros microblogueiros para acompanhar as publicações desses, ao mesmo tempo em que será lido pelos usuários que o seguirem. Nesse sentido, os grupos foram incentivados a localizar usuários publicassem sobre o tema afins ao de seu projeto e que, potencialmente, poderiam se interessar pelas suas produções. Ao seguir um usuário, cria-se a expectativa de que este interesse-se por verificar o perfil do novo seguidor e, caso julgue relevante, passe a segui-lo também.

Outro recurso técnico que ajuda a estabelecer relações no Twitter é o uso da arroba (@) para dirigir-se diretamente a um usuário, esteja ele te seguindo ou não. A informação direcionada a um usuário (*bem-vindo*, @carlosdand, por

exemplo) é enviada também para todos os seguidores do usuário, o que incentiva um processo de conversação (RECUERO, 2008) entre usuários, mesmo que um não acompanhe sistematicamente as publicações do outro. Em suma, umas das características mais marcantes dos microblogs, e relevantes para o trabalho jornalístico em questão, é a necessidade de se estabelecer relações sociais entre o profissional e seus “seguidores”. Ao contrário de um blog, onde pode-se publicar conteúdo sem fazer referência (links) a qualquer outro blog ou sequer saber quantas visitas recebe-se, num microblog todas as relações são mais facilmente mapeadas e mensuradas a partir de recursos da própria ferramenta.

Jornalistas medindo resultados

Os grupos foram incentivados durante todo o semestre a mensurar os resultados (quantitativos, principalmente) do projeto. Logo após a criação dos blogs, foi instalada a ferramenta Google Analytics (<http://www.google.com/analytics/pt-BR/>) no código-fonte dos sites, o que permitiu o acompanhamento detalhado de diferentes informações, como o número de visitas, número de páginas exibidas, como o visitante chegou ao blog (digitando a URL principal, através de uma ferramenta de busca ou por link apontado por outro site) ou a localização geográfica do visitante, entre outras informações.

Outras ferramentas apresentadas aos alunos e usadas para mensurar o trabalho com os blogs foram o BlogBlogs (www.blogblogs.com.br) e Technorati (www.technorati.com). A partir do cadastro, estes sites permitem mensurar, por exemplo, o número de links recebidos pelo blog (critério importante para determinar a posição de um blog na busca do Google), além de elaborar um ranking dos blogs cadastrado. Outra ferramenta usada foi o Feedburner (<http://www.feedburner.com>), site que permite gerenciar o endereço de RSS do blog e identificar, entre outros dados, o número de assinantes da publicação, dado importante para se mensurar a fidelidade dos usuários a um canal de notícias.

O acompanhamento dos resultados parciais coube a cada grupo de alunos. Esperava-se que, a partir de alguns parâmetros de análise discutidos em sala de

aula, fosse possível a leitura periódica dos dados fornecidos pelas ferramentas e que, dentro da proposta editorial elaborada inicialmente, fosse possível aperfeiçoar o processo de produção de conteúdos ou de relacionamento com o público visitante. Ao final do semestre, foi solicitado um relatório com uma síntese dos dados estatísticos (além de uma análise qualitativa sobre os avanços e dificuldades do trabalho).

Considerações finais: avanços e dificuldades

Os relatórios finais elaborados pelos grupos e observações feitas ao longo do semestre letivo nos permitem fazer aqui uma breve avaliação da atividade realizada, apontando ganhos, dificuldades e limitações na sua execução.

A evolução dos 23 blogs (e demais ferramentas) criados foi bastante irregular. Enquanto alguns grupos demonstraram grande interesse pela atividade, mensurada através de postagens freqüentes, conteúdos progressivamente mais bem elaborados e *feedbacks* constantes de visitantes, outros mostraram-se um tanto desmotivados, inclusive deixando de produzir um mínimo de conteúdos esperados para a atividade.

O recorte editorial do blog, definido no início do semestre, mostrou primordial para a motivação ou desânimo de vários grupos. Alguns grupos “arrependeram-se” do tema escolhido (uma dupla de alunos chegou a abandonar um blog e criar outros dois, separadamente) e outros tiveram dificuldade em pautar-se a partir do recorte temático escolhido inicialmente. Atribuímos o desânimo de alguns também a fatores como a infra-estrutura insuficiente do laboratório de informática do curso, o que prejudicou o andamento das aulas, e ao não-reconhecimento de algumas práticas acima descritas (análise de resultados, por exemplo) como atribuições de um jornalista.

Em termos quantitativos, em geral os blogs tiveram uma audiência baixa, mas dentro de uma média já esperada, não só pela dificuldade de conquistar um público cativo, mas também pela própria segmentação proposta nos projetos. Destacou-se o alto índice de comentários, que várias vezes superaram dez

registros em um mesmo post, número bastante superior à média dos blogs com a mesma audiência ou tempo de criação. Grande parte dos comentários foi feito pelos próprios colegas de sala, o que se justifica pela próxima relação pessoal entre eles.

A proximidade geográfica com boa parte dos visitantes (vale lembrar que vários blogs tinham um enfoque local) em alguns casos influenciou diretamente na definição da pauta e redação dos posts. Muitos alunos optaram por escrever sobre pessoas próximas, conhecidos de todos da turma, ou ainda citar sem uma justificativa convincente posts dos blogs dos colegas, o que revela, ao nosso ver, uma prática jornalística “viciada” e acomodada. Os grupos foram alertados para esta questão e a maioria deles passou a buscar pautas mais desafiadoras e inovadoras para seu blog.

Notamos uma maior dificuldade e resistência no uso do Twitter, que, ao nosso ver, é uma ferramenta que para ser compreendida e usada plenamente exige dos cadastrados um volume de tempo de conexão à internet elevado e contínuo. O grande volume de atividades acadêmicas e profissionais ao longo do dia e a dificuldade de conectar-se com frequência à internet foram fatores complicadores para muitos alunos. Identificou-se também uma dificuldade de estabelecer relações através da ferramenta.

A produção dos podcasts foi a etapa mais facilmente realizada pelos alunos. Por já terem cursado disciplinas de radiojornalismo, não houve dificuldade com a produção ou questões operacionais (edição de áudio, por exemplo). Por outro lado, a familiaridade com a linguagem do rádio convencional dificultou, em alguns casos, a busca de características específicas de um podcast.

Por fim, é importante retomarmos Gamela (2008) e as críticas de Borges (2006). Procuramos ao longo dos quatro meses de execução do projeto desenvolver e refletir sobre as novas habilidades esperadas dos jornalistas: ao incentivar a autonomia dos alunos na publicação de conteúdos vinculados ao seu nome, aplicamos as idéias de que “um jornalista é o seu próprio editor” e “é uma marca”. Ao criarem seus próprios projetos, pesquisarem informações na

internet e se relacionarem com o público, entre outras atividades, colocaram em prática a expectativa de que “um jornalista tem que estar em rede”, “é um arqueólogo de informação” e “um moderador”. Acreditamos que, ao menos em parte, a turma de alunos tenha se acostuma a ler e indicar a leitura de blogs, ter leitores e se relacionar com eles, entre outras habilidades esperadas de jornalistas blogueiros.

Referências bibliográficas

BRIGGS, Mark. *Jornalismo 2.0 – Como sobreviver e prosperar*. J-Lab e Knight Citizen News Network, 2007.

BORGES, Júlio D. Por que blogs de jornalistas não funcionam. *Digestivo Cultural*. Publicado em 22 set. 2006. Disponível em <<http://www.digestivocultural.com/colunistas/coluna.asp?codigo=2062>>. Acesso em 12 jan. 2008.

CHRISTOFOLETTI, Rogério. Pedagogia dos blogs: posts sobre o uso da ferramenta no ensino de jornalismo. IN: AMARAL, A, RECUERO, R & MONTARDO, Sandra. *Blogs.com Estudos sobre blogs e comunicação*. São Paulo: Momento Editorial, 2009. p.179-198.

CUNHA, M. “Os blogs e a prática do jornalismo no Brasil: uma reflexão sobre os meios, as linguagens e a cultura”. *Prisma*, v.3, p.1, 2006.

D’ANDRÉA, Carlos. Esboços sobre hiperlocalismo. *NovasM, NMídias*. Publicado em 23 de jan. 2008. Disponível em <<http://novasm.blogspot.com/2008/01/esboos-sobre-hiperlocalismo.html>> Acesso em 13 jan. 2009.

GAMELA, Alexandre. 10 mudanças no papel dos jornalistas (e 5 coisas que se mantêm). *O Lago*. Publicado em 18 nov. 2008. Disponível em <<http://olago.wordpress.com/2008/11/18/10-mudancas-no-papel-dos-jornalistas-e-5-coisas-que-se-mantem/>>. Acesso em 12 jan. 2008.

GRADIM, Anabela. WebJornalismo e a Profissão de Jornalista: alguns equívocos sobre a dissolução do 4º Poder. In: BARBOSA, Suzana. *Jornalismo Digital de Terceira Geração*. Coimbra: Labcom, 2007. p. 81-93.

MIELNICZUK, Luciana. Sistematizando alguns conhecimentos sobre jornalismo na web. In: MACHADO, Elias & PALACIOS, Marcos. *Modelos de Jornalismo Digital*. Salvador, Calandra, 2003. p.37-54.

PODCASTING. Wikipédia. Disponível em <
<http://pt.wikipedia.org/wiki/Podcasting>>. Acesso em 12 jan. 2009.

QUADROS, C. I.; VIEIRA, J.; ROSA, A. P. “Blogs e as transformações no jornalismo”. *Revista E-Compós*, v.3, n.1, p.121, 2005.

RECUERO, Raquel. DIGA-ME COM QUEM FALAS E DIR-TE-EI QUEM ÉS: A Conversação Mediada pelo Computador e as Redes Sociais na Internet. Congresso da Associação Brasileira de Pesquisadores em Cibercultura (ABCiber), São Paulo, 2008.

SCHMITT, Valdenise & FIALHO, Francisco A. A Cauda Longa e o jornalismo Como a teoria da Cauda Longa se aplica no jornalismo. *E-Compos*. Ago. de 2007

SOSTER, Demétrio de Azeredo. Ensino de edição em jornais impressos: uma abordagem metodológica. In: FELIPPI, A.; SOSTER, D. A.; PACCININ, F. *Edição em Jornalismo - Ensino, Teoria e Prática*. RS: Edunisc, 2006. pp.31-45

VAISBIH, Renato. Ganhos e perdas de uma renovada linguagem radiofônica jornalística, via Podcast. *Cenários da Comunicação*. São Paulo, v.5, p.13-25, 2006.

ZAGO, Gabriela. *O Twitter como suporte para produção e difusão de conteúdos jornalísticos*. Encontro Nacional de Pesquisadores de Jornalismo. S. Bernardo do Campo nov. 2008.